

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada zaman yang serba canggih saat ini banyak sekali perkembangan di segala sektor barang maupun jasa yang terus berkembang semakin pesat. Sektor jasa salah satunya pada bidang pendidikan. Masyarakat saat ini menempatkan sekolah sebagai sasaran utama untuk menghasilkan lulusan yang dapat berkontribusi dalam peningkatan sumber daya manusia. Kesadaran masyarakat akan pentingnya menempuh pendidikan di sekolah membuat orang tua dan santri berlomba-lomba memilih sekolah yang berkualitas untuk masa depannya. Calon santri dan orang tua santri selalu dihadapkan dengan pilihan-pilihan sekolah yang ada. Berbagai pilihan tersebut akan membuat calon santri memilih salah satu dari beberapa pilihan sehingga pilihan sekolah semakin jelas sebelum akhirnya diputuskan. Oleh sebab itu, calon santri harus mengambil keputusan yang paling menguntungkan baginya.

Pemerintah sebagai salah satu penanggung jawab penyelenggaraan pendidikan menurut Tjokroamidjojo (dalam Heningtyas, SJamsuddin, dan Minto Hadi, 2014) berperan sebagai penjaga keamanan dan ketertiban dalam perkembangan pendidikan, dan juga sebagai pendorong inisiatif usaha dari masyarakat. Pemerintah menjadi unsur sebagai pembaharuan atau pembangunan pendidikan.

Pengertian Manajemen Pemasaran adalah sebuah rangkaian proses analisis, perencanaan, pelaksanaan, serta pengawasan dan pengendalian suatu kegiatan pemasaran dimana tujuannya adalah untuk mencapai target perusahaan secara efektif dan efisien. Dapat juga diartikan sebagai alat untuk analisis, perencanaan, penerapan serta pengendalian suatu program dalam perusahaan yang sudah dirancang untuk menciptakan, membangun dan juga mempertahankan pertukaran agar bisa memberikan keuntungan. Keuntungan ini nantinya digunakan sebagai

jalan untuk mencapai tujuan utama sebuah bisnis atau perusahaan. Sebuah bisnis atau perusahaan yang sedang berkembang wajib memahami manajemen pemasaran yang baik, apalagi pada era globalisasi seperti ini dimana banyak kompetitor yang berlomba-lomba memasarkan produknya bahkan hingga berbagai manca negara. manajemen pemasaran memiliki beberapa fungsi yaitu fungsi pertukaran, fungsi fisis, dan fungsi penyediaan sarana.

Imansyah & Irawan (2017) Kepuasan pelanggan terhadap suatu produk ataupun jasa, sebenarnya sesuatu yang sulit untuk didapat jika perusahaan jasa atau industri tersebut tidak benar-benar mengerti apa yang diharapkan oleh konsumen. Untuk produk atau layanan dengan kualitas yang sama, dapat memberikan tingkat kepuasan yang berbeda-beda bagi konsumen yang berbeda.

Fenomena kepuasan yang timbul pada saat ini yaitu banyaknya orang tua yang sudah lanjut usia belajar kembali membaca Al-qur'an padahal sudah pernah belajar sebelumnya. Guru yang mengajar memang memiliki kemampuan untuk mengajar Al-Qur'an menjadi lebih baik sehingga mempengaruhi kepuasan. Kinerja pegawai Yayasan Lukmanul Hakim juga mempengaruhi kepuasan santri, dengan ketidak disiplin pegawai TU membuat pelayanan terhambat untuk santri, Sehingga kepuasan santri tidak terpenuhi.

Dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan menurut Lupiyoadi (2014) yaitu:

1. Kualitas produk

Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2. Kualitas pelayanan

Terutama untuk industri jasa. Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

3. Emosional

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa

orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi dari nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.

4. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.

5. Biaya

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk cenderung merasa puas. Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah performa produk dan jasa, kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan nilai yang sesuai dengan harapan pelanggan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2014) pengertian keputusan pembelian yaitu sebagai berikut : *“Consumer behavior is the study of how individual, groups, and organization select, buy, use, and dispose of goods, services, ideas, or experiences to satisfy their needs and wants”*, yang artinya keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan keinginan mereka.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2008), kelompok referensi adalah setiap orang atau kelompok yang dianggap sebagai dasar perbandingan (atau rujukan) bagi seseorang dalam membentuk nilai-nilai dan sikap umum atau khusus, atau pedoman khusus bagi perilaku. Kelompok Acuan merupakan kelompok yang di

anggap sebagai kerangka rujukan bagi para individu dalam pengambilan keputusan pembelian atau konsumsi mereka.

Kelompok rujukan juga berperan dalam proses promosi dari suatu barang agar barang yang dipasarkan dapat tersebar informasinya ke seluruh penjuru daerah. Kelompok rujukan juga merupakan forum komunikasi antara masyarakat dimana topik dalam kelompok tersebut akan membahas tentang informasi informasi mengenai suatu fenomena, tidak terkecuali pembahasan tentang suatu jasa yang diberikan oleh kelompok tertentu. Biasanya kelompok belajar akan membahas tentang review dari suatu pembelajaran, membicarakan kualitas dari suatu barang atau jasa, atau membahas mengenai harga. Dengan adanya pembahasan tersebut, barang atau jasa yang dipasarkan melalui media sosial ataupun dari mulut ke mulut akan menjadi lebih menarik dimata masyarakat. Fenomena adanya kelompok persahabatan/konsumen ini memberikan pendapat jasa yang di berikan oleh pegawai dan guru Yayasan dapat membuat lembaga tersebut memuaskan bagi kosumen/santri. Dan yang mendorong saya untuk peneliti lebih jauh mengenai lembaga tersebut tergolong baru namun dapat menarik konsumen dibanding dengan lembaga serupa yang telah ada sebelumnya.

Menurut Sampara (1999) dalam Hardiansyah (2011), mengemukakan bahwa kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diberikan kepada konsumen sesuai dengan standar pelayanan yang telah dibakukan dalam memberikan layanan sebagai pembakuan pelayanan yang baik.

Kualitas layanan pendidikan adalah sebuah keniscayaan yang tidak terelakkan di zaman yang serba maju seperti saat ini. Organisasi yang unggul adalah organisasi yang menjaga hubungan dengan pelanggannya dan memiliki obsesi terhadap mutu. Pertumbuhan sebuah institusi bersumber dari kesesuaian layanan institusi dengan kebutuhan pelanggan (Sallis, 2010). Madrasah dianggap sebagai lembaga pendidikan Islam yang mutunya lebih rendah dari pada lembaga pendidikan lainnya, terutama sekolah umum, walaupun beberapa madrasah justru

lebih maju daripada sekolah umum (Qomar, 2007). Kepuasan pelanggan dan loyalitas dibutuhkan lembaga pendidikan untuk mempertahankan dan mendapat pelanggan baru.

Fenomena kualitas layanan dalam keberhasilan sekolah dalam memberikan pendidikan dapat diukur dari kepuasan peserta didiknya dimana kepuasan pelanggan jasa pendidikan adalah salah satu faktor penentu keberhasilan kompetisi pendidikan. Dalam hal ini pelayanan yang di berikan pegawai dan guru yayasan Lukmanul Hakim dalam pelayanan memberi informasi yang lengkap dan jelas kepada santri Yayasan Lukmanul Hakim, tetapi di segi kedisiplinan guru dan pegawai sangat mempengaruhi untuk pelayanan santri, karena pelayanan yang tidak maksimal untuk santri serta kepuasan dalam pelayanan yang kurang baik yang diberikan oleh staf dan tenaga pengajar sehingga tidak tercipta kepuasan dalam diri santri Yayasan Lukmanul Hakim.

Menurut peneliti sebelumnya H. Sophiyanto Wuryan dan Djoko Legowo (2009) Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra perusahaan, kepercayaan terhadap kepuasan mahasantri dan implikasinya terhadap komitmen relasional mahasantri di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 97 responden. Pengambilan sampel dengan menerapkan proporsional random sampling. Ada beberapa temuan dari studi ini: (1) hipotesis pertama diterima, yang berarti bahwa ada pengaruh yang signifikan dan positif antara citra perusahaan terhadap kepuasan mahasantri Fakultas Ekonomi ($\beta = 0,472$), (2) hipotesis kedua diterima menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan dan positif antara kepercayaan terhadap kepuasan mahasantri Fakultas Ekonomi ($\beta = 0,357$), (3) hipotesis ketiga diterima yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara citra perusahaan terhadap komitmen relasional mahasantri Fakultas Ekonomi ($\beta = 0,648$), (4) hipotesis keempat diterima artinya ada pengaruh yang signifikan dan positif antara kepercayaan terhadap komitmen relasional

mahasantri Fakultas Ekonomi ($\beta = 0,186$), dan (5) hipotesis kelima diterima, yang berarti bahwa ada pengaruh yang signifikan dan positif antara kepuasan terhadap komitmen relasional mahasantri Fakultas Ekonomi ($\beta = 0,166$). Variabel kepuasan tidak memediasi variabel rata-rata citra terhadap komitmen relasional karena pengaruh langsung (0,648) lebih besar dari pengaruh tidak langsung (0,078). Variabel kepuasan tidak memediasi variabel kepercayaan terhadap komitmen relasional karena pengaruh langsung (0,186) lebih besar dari pengaruh tidak langsung (0,059). Sholihul Afif (2015) Penelitian ini berjudul Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Orang Tua Santri Di MI NU MIFTAHUL HUDA 02 PIJI DAWE KUDUS. Penelitian ini bertujuan untuk menelaah pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas orang tua santri di MI NU Miftahul Huda 02 Piji Dawe Kudus Tahun Pelajaran 2015/2016. Responden dalam penelitian ini adalah orang tua santri yang berjumlah 87 orang. Analisa yang digunakan adalah path analysis (analisa jalur) dengan bantuan SPSS 17.

M hasbi (2018) Penelitian ini berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Administrasi terhadap Kepuasan Peserta Didik di MTs Negeri 1 Model Palembang. Penelitian ini ingin mengungkapkan seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan administrasi terhadap kepuasan peserta didik di MTs Negeri 1 Model Palembang. Populasi penelitian sebanyak 283 peserta didik kelas VIII. Berdasarkan rumus Slovin maka sampel penelitian ini sebanyak 74 peserta didik. Metode analisis yang digunakan adalah kuantitatif yakni analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas maka penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH KELOMPOK RUJUKAN DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN SANTRI PADA YAYASAN LUKMANUL HAKIM KOTA SUNGAI PENUH”**

1.2 RUMUSAN DAN BATASAN MASALAH

1.2.1. RUMUSAN MASALAH

1. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen secara parsial dan berapa besar pengaruhnya ?
2. Apakah terdapat pengaruh Kelompok Rujukan terhadap Kepuasan Konsumen secara parsial dan berapa besar pengaruhnya ?
3. Apakah terdapat pengaruh Kelompok Rujukan dan Kualitas Layanan terhadap Y secara simultan dan berapa besar pengaruhnya ?

1.2.2 BATASAN MASALAH

Agar ruang lingkup tidak terlalu besar maka penelitian ini hanya berfokus pada Lembaga Tahsin dan Tahfidz Qur'an Yayasan Lukmanul Hakim Kota Sungai Penuh

1.3 TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui pengaruh Kelompok Rujukan terhadap Kepuasan Konsumen secara parsial dan berapa besar pengaruhnya.
2. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen secara parsial dan berapa besar pengaruhnya.
3. Untuk mengetahui pengaruh Kelompok Rujukan dan Kualitas Layanan terhadap Y secara simultan dan berapa besar pengaruhnya.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Akademis
 - a. Dapat digunakan sebagai bahan masukan dan kajian bagi perkembangan teori ilmu pengetahuan di bidang pemasaran khususnya mengenai kepuasan pelanggan.
 - b. Hasil Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan bahan referensi bagi penelitian selanjutnya.
2. Manfaat Praktis
 - a. Manfaat Praktis kemungkinan bisa menjadi acuan bagi LT2Q Yayasan

Lukmanul Hakim dalam Peningkatan dalam Kualitas kedepan nya.

- b. Memberikan gambaran yang berkaitan dengan kelompok rujukan dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada yayasan lukmanul hakim kedepan nya.

