

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Pendidikan merupakan salah satu kebutuhan yang sangat penting bagi manusia. Karena melalui pendidikan setiap orang dapat mencapai cita-cita dan tujuan hidupnya. Dalam era globalisasi dan kompetisi yang semakin ketat seperti saat ini, tantangan yang dihadapi setiap negara juga semakin rumit. Tantangan tersebut pada dasarnya merupakan tantangan terhadap kesiapan sumber daya manusia. Keadaan tersebut harus diantisipasi sejak dini, melalui penyiapan sumber daya manusia berkualitas yang akan merupakan modal dan sekaligus kunci keberhasilan menghadapi globalisasi tersebut.

Menyadari tentang arti pentingnya sumber daya manusia, pendidikan merupakan suatu kelembagaan yang berkaitan dengan pengembangan sumber daya manusia. Kelembagaan pendidikan merupakan struktur yang berjenjang dan terkait satu dengan yang lainnya dalam suatu kesatuan yang utuh. Keadaan ini mengakibatkan munculnya lembaga-lembaga pendidikan non formal di Indonesia berupa Bimbingan Belajar dan juga mengalami pertumbuhan cenderung meningkat dari tahun ke tahun yang tersebar di seluruh tanah air.

Tumbuhnya berbagai bimbingan belajar menjadi satu fenomena menarik dan menjadi catatan tersendiri bagi dunia pendidikan di Indonesia. Pada awalnya, Bimbingan Belajar terkenal sebagai lembaga bimbingan belajar bagi para siswa kelas tiga SMA yang akan mengikuti ujian masuk Perguruan Tinggi Negeri (PTN).

Penyelenggaraan usaha Bimbingan Belajar jelas membuka peluang yang

besar bagi siswa sekolah umum untuk memperbaiki kualitas pendidikannya agar dapat meraih prestasi dan lulus di PTN yang diimpikan.

Pada saat ini, permintaan terhadap jasa bimbingan belajar semakin meningkat sejalan dengan semakin meningkatnya perekonomian negara Indonesia. Bimbingan belajar yang awal mulanya berupa bimbingan tes untuk melayani permintaan siswa SMA tingkat terakhir yang ingin melanjutkan pendidikannya ke perguruan tinggi terutama PTN, pada saat ini telah mengalami pengembangan yang dinamis mencakup hampir semua jenjang kelas pada sekolah umum strata SD sampai SMA. Oleh karena itu, Lembaga Bimbingan Belajar saling bersaing dengan menawarkan berbagai jenis program dan metoda pembelajaran yang menarik.

Jasa bimbingan belajar juga akan semakin dibutuhkan mengingat kurangnya fasilitas belajar yang memadai ataupun tidak merata di setiap sekolah, serta tuntutan kurikulum yang tidak realitis menyebabkan siswa mencari alternatif lain untuk belajar di luar sekolah. Sekolah juga dianggap tidak mampu menyediakan semua kebutuhan yang diperlukan siswa terlebih lagi kesiapan untuk berebut kursi di PTN yang diidam-idamkan.

Melihat semakin meningkatnya permintaan terhadap jasa bimbingan belajar, terdapat adanya peluang pasar pada jasa bimbingan belajar yang sangat besar dan menjanjikan sehingga masing-masing Bimbingan Belajar saling bersaing dengan menawarkan berbagai metoda dan program pembelajaran. Peluang pasar bimbingan belajar ini didorong pula oleh penetapan pemerintah mengenai Standar Nasional Pendidikan melalui Ujian Nasional (UN) yang semakin ketat dan seleksi masuk Perguruan Tinggi Negeri yang terlalu banyak

peminatnya.

Salah satu Bimbingan Belajar yang keberadaannya sudah dikenal secara luas adalah Ganesha Operation (GO). Ganesha Operation merupakan salah satu bimbel ternama di Indonesia. Bimbingan belajar ini telah berkiprah di dunia bimbel sejak didirikan pada 1 Mei 1984 di kota Bandung oleh DR. Ir. Bob Foster, M.M .

Latar belakang pendirian lembaga ini adalah adanya mata rantai yang terputus dari link informasi Sekolah Menengah Atas (SMA) dengan dunia Perguruan Tinggi Negeri (PTN). Posisi inilah yang diisi oleh Ganesha Operation untuk berfungsi sebagai jembatan dunia SMA terhadap dunia PTN mengenai informasi jurusan PTN (prospek dan tingkat persaingannya), pemberian materi pelajaran yang sesuai dengan ruang lingkup bahan uji seleksi penerimaan mahasiswa baru dan pemberian metode-metode inovatif dan kreatif menyelesaikan soal-soal tes masuk PTN sehingga membantu para siswa lulusan SMA memenuhi keinginan mereka memasuki PTN.

Meskipun pada awalnya hingga tahun 1992 Ganesha Operation hanya ada di Bandung, pada tahun 1993 dibuka cabang pertama di Denpasar. Dan pengembangan secara serius dilakukan mulai tahun 1995. Sejak itu pertumbuhan cabang-cabang Ganesha Operation benar-benar tidak terbendung.

Berkat keuletan dan konsistensinya dalam menjaga kualitas, kini Ganesha Operation telah tumbuh dan berkembang serta memiliki sekitar 776 outlet yang tersebar di 276 kota di seluruh penjuru tanah air. Tentunya ini merupakan pencapaian yang luar biasa bagi sebuah Lembaga Bimbingan Belajar atas kepercayaan yang telah diberikan oleh masyarakat.

Salah satu unit Bimbingan Belajar Ganesha Operation terdapat di Sungai Penuh, Provinsi Jambi. Hingga kini, unit Ganesha Operation (GO) tersebut telah beroperasi selama 6 tahun dan memiliki jumlah siswa yang cukup banyak dan mampu bertahan di tengah-tengah ketatnya persaingan dengan bimbingan belajar lain yang banyak dijumpai di sungai penuh. Unit Ganesha Operation (GO) tersebut menghimpun siswa/i dari berbagai sekolah yang ada di sungai penuh. Hal ini menunjukkan bahwa bimbingan belajar ini menjadi perhatian, dipandang, diperhitungkan dan dipercaya masyarakat, terutama oleh siswa/i yang menjadi konsumennya.

Keputusan konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk merupakan suatu tindakan yang lazim dijalani oleh setiap individu konsumen ketika mengambil keputusan membeli. Keputusan membeli atau tidak membeli merupakan bagian dari unsur yang melekat pada diri individu konsumen yang disebut behavior dimana ia merujuk kepada tindakan fisik yang nyata.

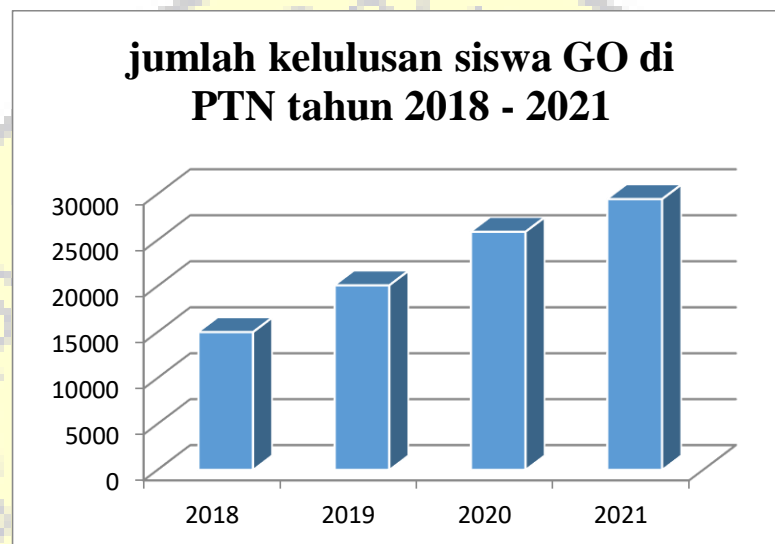
Menurut Kotler dan Keller yang dialih bahasakan oleh Tjiptono (2012) keputusan pembelian sebagai tahap keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian suatu produk.

Dari definisi yang dikemukakan oleh ahli, maka penulis dapat memahami bahwa dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian merupakan suatu keputusan yang dipengaruhi oleh beberapa faktor yang akan membuat konsumen secara aktual mempertimbangkan segala sesuatu dan pada akhirnya konsumen membeli produk yang paling mereka sukai.

Ganesha Operation terus mengembangkan dan membuktikan diri sebagai Bimbingan Belajar terbaik dan terbesar di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari jumlah kelulusan siswa Ganesha Operation di Perguruan Tinggi Negeri seperti yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Gambar 1.1

**Jumlah Kelulusan Siswa GO di PTN Tahun 2018-2021**



Sumber: <http://www.ganesha-operation.com/>

Pada Gambar 1.1 dapat kita lihat jumlah kelulusan siswa Ganesha Operation dari tahun 2018 sampai tahun 2021. Jumlah kelulusan siswa Ganesha Operation di PTN pada tahun 2018 adalah sebanyak 14.998 orang, pada tahun 2019 sebanyak 20.074 orang atau mengalami peningkatan sebanyak 5.076 orang dari tahun sebelumnya, pada tahun 2020 sebanyak 25.890 orang atau mengalami peningkatan sebanyak 5.816 orang dari tahun sebelumnya, pada tahun 2021 sebanyak 29.335 orang atau mengalami peningkatan sebanyak 3.445 orang dari tahun sebelumnya.

Berdasarkan data pada Gambar 1.1 dapat dilihat bahwa jumlah kelulusan siswa Ganesha Operation di Perguruan Tinggi Negeri pada tahun 2018-2021 selalu

mengalami peningkatan. Peningkatan jumlah kelulusan siswa Ganesha Operation di Perguruan Tinggi Negeri seperti membuktikan bahwa Ganesha Operation memiliki keandalan untuk memenuhi kebutuhan para siswa pengguna jasa Bimbingan Belajar Ganesha Operation dan sekaligus menjadi jaminan terhadap pelayanan yang diinginkan para siswa Ganesha Operation. Maka suatu hal yang tidak mengherankan apabila Ganesha Operation meraih posisi tertinggi pada Top Brand Award Kategori Bimbingan Belajar pada tahun 2016.

Buchari Alma (2011) berpendapat bahwa keputusan pembelian sebagai suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *people* dan *process*, sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa response yang muncul produk atau jasa apa yang akan dibeli.

Menurut Tjiptono (2010) Kualitas Produk adalah kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan yang mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan. Kualitas Produk juga merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap kualitas saat ini berkuaitas mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang). Kualitas produk ini bisa dilihat dari kinerja, keistimewaan, keandalan, dan daya tahan.

Kualitas Produk Salah satu keunggulan dalam persaingan ini terutama adalah kualitas produk yang dapat memenuhi keinginan konsumen. Bila tidak sesuai dengan spesifikasi maka produk akan ditolak. Sekalipun produk tersebut masih dalam batas toleransi yang telah ditentukan maka produk tersebut sebaiknya

perlu menjadi catatan untuk menghindari terjadinya kesalahan yang lebih besar di waktu yang akan datang. Demikian juga konsumen dalam membeli suatu produk konsumen selalu berharap agar barang yang dibelinya dapat memuaskan segala keinginan dan kebutuhannya.

Untuk itu perusahaan harus dapat memahami keinginan konsumen, sehingga perusahaan dapat menciptakan produk yang sesuai dengan harapan konsumen. Kualitas produk yang baik merupakan harapan konsumen yang harus dipenuhi oleh perusahaan, karena kualitas produk yang baik merupakan kunci perkembangan produktivitas perusahaan. Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan apabila menginginkan produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasar.

Dewasa ini, dikarenakan kemampuan ekonomi dan tingkat pendidikan masyarakat cenderung meningkat, sebagian masyarakat semakin kritis dalam mengkonsumsi suatu produk. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar, walaupun terdapat sebagian masyarakat yang berpendapat bahwa, produk yang mahal adalah produk yang berkualitas. Jika hal itu dapat dilaksanakan oleh perusahaan, maka perusahaan tersebut akan dapat tetap memuaskan para konsumen dan dapat menambah jumlah konsumen. Dalam perkembangan suatu perusahaan, persoalan kualitas produk akan ikut menentukan pesat tidaknya perkembangan perusahaan tersebut. Apabila dalam situasi pemasaran yang semakin ketat persaingannya, peranan kualitas produk akan semakin besar dalam perkembangan perusahaan. Selain itu, konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja, dan pelengkap inovatif yang

terbaik.

Dalam penelitian ini lembaga bimbingan Ganesha Operation dipilih sebagai objek dalam penelitian ini karena berdasarkan survei Majalah SWA, tercatat bahwa Ganesha Operation merupakan bimbingan belajar dengan jumlah siswa terbanyak se-Indonesia. Bimbingan Belajar Ganesha Operation merupakan salah satu organisasi yang bergerak dalam bidang usaha pelayanan jasa pendidikan, yang melaksanakan kegiatan bimbingan belajar bagi siswa, dalam usaha meningkatkan pengetahuan guna mencapai prestasi belajar yang terbaik. Bimbingan belajar Ganesha Operation berkantor pusat di Jln. Sumatera No.35 Telp. (022) 4204535- Faks 4233532 Bandung. Bimbingan belajar Ganesha Operation didirikan pada tahun 1984, dengan misi adalah sebagai berikut:

1. Menjadi wadah pengkajian dan pengembangan ilmu pengetahuan dasar (basic science). Sebagai wadah pengkajian dan pengembangan ilmu pengetahuan, bimbingan belajar Ganesha Operation mempunyai komitmen total inovasi dan kreativitas. Artinya bimbingan belajar Ganesha Operation mempunyai prinsip melakukan perbaikan dan perubahan cara belajar dalam usaha meningkatkan dan mengembangkan ilmu pengetahuan dengan kreatif.

2. Memberikan metode yang unik dan unggul. Bimbingan belajar Ganesha Operation dalam melakukan kegiatannya, yaitu membimbing siswa-siswa dilakukan dengan unik, artinya cenderung tidak sama dengan kegiatan bimbingan belajar yang



dilakukan oleh organisasi lain, dan berusaha menciptakan siswa-siswa yang unggul, artinya mampu bersaing.

Bimbingan belajar Ganesha Operation berusaha memuaskan para siswa yang dibimbingnya, dengan cara menerapkan bimbingan yang efektif, sehingga siswa yang mengikuti bimbingan belajar pada Ganesha Operation mempunyai keunggulan bersaing dengan siswa pada bimbingan belajar yang lain, serta keunggulan dalam prestasi.

Menurut Hurriyati (2015) mendefinisikan bahwa “*people* adalah semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli”. Elemen-elemen dari ‘*people*’ adalah pegawai perusahaan, konsumen, dan konsumen lain dalam lingkungan jasa. Semua sikap dan penampilan karyawan mempunyai pengaruh terhadap persepsi konsumen atau keberhasilan penyampaian jasa (*service encounter*). *People* bisa dilihat dari pelayanan yang baik, cepat dan teliti, dan ramah.

Dari pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa *People* merupakan aset utama dalam industri jasa, terlebih lagi *people* yang merupakan karyawan dengan performance tinggi. Kebutuhan konsumen terhadap karyawan berkinerja tinggi akan menyebabkan konsumen puas dan loyal. Kemampuan pengetahuan yang baik, akan menjadi kompetensi dasar dalam internal perusahaan dan pencitraan yang baik di luar. Faktor penting lainnya dalam *people* adalah *attitude* dan *motivation* dari karyawan dalam industri jasa. *Moment of truth* akan terjadi pada saat terjadi kontak antara karyawan dan konsumen. *Attitude* sangat penting, dapat diaplikasikan dalam berbagai bentuk, seperti penampilan karyawan, suara dalam bicara, *body language*,

ekspresi wajah, dan tutur kata. Sedangkan motivasi karyawan diperlukan untuk mewujudkan penyampaian pesan dan jasa yang ditawarkan pada level yang diekspetasikan.

Ganesha operation bukan hanya memiliki siswa yang banyak tetapi juga memiliki pengajar yang professional pengajar GO melalui proses seleksi yang ketat, Pengajar GO selalu memberikan motivasi disela-sela mengajar, Pengajar GO selalu siap memberikan layanan pelajaran kapanpun siswa membutuhkan, Pengajar GO mampu memberikan penjelasan detail tentang pelajaran kepada siswa sehingga siswa benar-benar paham dan mengerti, Pengajar GO mampu menuntaskan soal-soal seleksi seperti PTS/PAS/PAT dan UTBK/UM melalui pendekatan konsep dasar dan The King.

Tabel 1.1

Tabel Lulusan Pengajar Dan Jumlah Pengajar Dengan Mata Ajar Yang Berbeda Tahun 2021

No	Lulusan pengajar	Jumlah pengajar	Mata ajar
1	Universitas Yogyakarta	2	IPA
2	Universitas Jambi	1	IPS
3	Universitas Negeri Padang	2	IPS
4	Universitas Sriwijaya	2	IPA

Sumber: *ganesha operation kota sungai penuh*

Staf pengajar Ganesha Operation adalah lulusan dari PTN terkemuka yang juga sebagai penulis buku SMP/SMA terbaik di Indonesia serta mempunyai ketrampilan mengajar yang cukup baik, dengan metode pengajaran super cepat dan

mudah dimengerti dengan menggunakan the king. Bimbingan belajar Ganesha Operation dalam melayani siswa sebagai peserta bimbingan belajar didukung oleh organisasi yang memadai. Sumber daya manusia yang tergabung dalam organisasi Ganesha Operation secara umum terdiri dari 2 bagian, yaitu: Bagian pendidikan/bimbingan dan bagian administrasi.

Menurut Tjiptono (2012) proses adalah Proses menyangkut dari cara kerja perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen dalam penyediaan jasa. Proses kerja ini diawali dari konsumen masuk hingga keluar dari perusahaan. Proses kerja ini menyangkut dari kecepatan kerja dan kemudahan serta rasa aman. Jika proses itu cepat dilakukan maka konsumen akan terpuaskan. Elemen proses ini mempunyai arti suatu upaya perusahaan dalam menjalankan dan melaksanakan aktifitasnya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya. Untuk perusahaan jasa, kerja sama antara pemasaran dan operasional sangat penting dalam elemen proses ini, terutama dalam melayani segala kebutuhan dan keinginan konsumen. Jika dilihat dari sudut pandang konsumen, maka kualitas jasa diantaranya dilihat dari bagaimana jasa menghasilkan fungsinya. Proses bisa dilihat dari pelayanan, kemudahan, dan rasa aman.

Bimbingan belajar Ganesha Operation dalam malakukan kegiatannya, yaitu membimbing siswa-siswa dilakukan dengan unik, artinya cenderung tidak sama dengan kegiatan bimbingan belajar yang dilakukan oleh organisasi lain, dan berusaha menciptakan siswa-siswa yang unggul, artinya mampu bersaing.

Bimbingan belajar Ganesha Operation berusaha memuaskan para siswa yang dibimbingnya, dengan cara menerapkan bimbingan yang efektif, sehingga

siswa yang mengikuti bimbingan belajar pada Ganesha Operation mempunyai keunggulan bersaing dengan siswa pada bimbingan belajar yang lain, serta keunggulan dalam prestasi.

Bimbingan belajar Ganesha Operation dalam melaksanakan kegiatannya menjadikan orang tua sebagai mitra kerja, dari sekolah-sekolah atau perguruan tinggi, Kegiatan bimbingan belajar Ganesha Operation, memerlukan tenaga kerja, baik tenaga pengajar maupun tenaga administrasi, Bimbingan belajar Ganesha Operation membantu para siswa, terutama bagi siswa yang mengalami kesulitan dalam pelajarannya. Siswa dibimbing dan dibantu mengatasi kesulitan yang dihadapi, Untuk menciptakan siswa yang berkualitas dan mempunyai wawasan yang luas, bimbingan belajar Ganesha Operation didukung oleh buku-buku, terutama buku panduan belajar yang lengkap dan menerapkan cara belajar yang sistematis, Bimbingan belajar Ganesha Operation memberikan informasi yang lengkap terhadap seluruh siswanya, baik siswa tingkat SD, SLTP, SLTA dan Perguruan Tinggi, guna meningkatkan pendidikan kejenjang yang lebih tinggi, Memberikan strategi bersaing bagi para siswa untuk memasuki jenjang pendidikan yang lebih tinggi sehingga sukses memasuki SMP, SMA dan perguruan tinggi favorit dan terkemuka sesuai dengan minat dan kemampuan, Meningkatkan prestasi siswa sehingga memperoleh nilai harian, nilai rapor, nilai Ujian Akhir Nasional, dan nilai SPMB yang lebih tinggi.

Bimbingan pada siswa dilakukan oleh Ganesha Operation sebagai berikut:

1. Uraian materi sistematis, yaitu dalam memberikan bimbingan penyampaian materi dilakukan secara berurutan dengan jelas.

2. Materi yang disampaikan secara jelas, yaitu memberikan materi pelajaran pada siswa dengan jelas, sehingga mudah dicerna siswa.
3. Melakukan pendekatan secara personal yang akrab, yaitu antara tenaga pengajar dengan siswa terjadi hubungan yang akrab.
4. Siswa diberikan kebebasan untuk bertanya, yaitu siswa diberikan kebebasan bertanya pada tenaga pengajar mengenai materi yang diajarkan
5. Cara belajar santai, yaitu dalam mengikuti materi pelajaran siswa diberikan kebebasan berpakaian, namun tetap menjaga kesopanan santunan.

Penelitian terdahulu yang mengkaji mengenai pengaruh faktor bauran pemasaran jasa terhadap kepuasan nasabah (studi kasus bni syariah kantor cabang cinere) Akademi manajemen informatika bsi bogor (2018) berdasarkan hasil uji regresi berganda ditemukan bahwa bauran pemasaran jasa yang terdiri dari produk, variabel harga/bagi hasil, variabel lokasi/tempat pelayanan, variabel promosi, variabel orang/petugas bank, variabel sarana fisik, variabel proses pelayanan secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi kepuasan nasabah. Sedangkan secara parsial/individu, variabel promosi dan *proses* pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah sedangkan variabel produk, harga, lokasi, orang/petugas, sarana fisik secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Anggrariani dan wardana, MBA2 (2016) yang berjudul Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Konsumen Liquid Bar Bandung Dari hasil

penelitian dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari *product/produk* (X1), *price/harga* (X2), *promotion/promosi* (X3), *place/lokasi* (X4), *people/partisipan* (X5), *process/proses* (X6), *physical evidence/lingkungan fisik* (X7) memberikan sumbangan secara bersama-sama terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan sebesar  $R^2 = 89,11\%$  sedangkan sisanya  $10,886\%$  merupakan variabel lain diluar model yang diteliti.

Fadillah (2016) yang berjudul Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen Berdasarkan hasil pembahasan yang telah diuraikan maka simpulan sebagai bahwa: terdapat pengaruh bauran pemasaran (*produk, harga, empat, promosi, orang, layanan pelanggan, proses dan lingkungan fisik*) terhadap kepuasan konsumen dengan arah pengaruh yang positif. Demikian juga dengan kualitas jasa (*bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan arah pengaruh yang positif.

Lailla (2017) yang berjudul Pengaruh Harga, Tempat Dan Proses Terhadap Kepuasan Pelanggan Transjakarta Di Jakarta Selatan Penelitian ini tidak menemukan bahwa faktor harga, tempat dan proses mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menggunakan TransJakarta.

Manoppo (2013) yang berjudul kualitas pelayanan, dan *servicescape* pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen pada hotel gran puri manado Hasil ini menunjukkan bahwa model penelitian ini yaitu Kualitas Layanan, serta *Servicescape* dapat dijadikan model untuk memperdiksi kepuasan konsumen khususnya kepuasan konsumen Hotel Gran Puri Manado, dimana pihak manajemen

di Hotel Gran Puri Manado bisa meningkatkan tingkat kepuasan konsumen di hotelnya dengan meningkatkan Kualitas Layanan, serta Servicescape. Hal ini akan mendorong pada peningkatan Kepuasan Konsumen.

Suryana dan sari (2018) yang berjudul harga dan proses terhadap kepuasan konsumen kafe instamie di kota bandung menyatakan bahwa bauran pemasaran 7P yang terdiri dari produk, harga, tempat, promosi, orang, proses pelayanan dan fasilitas fisik secara bersama-sama dan parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, persaingan pasar bimbingan belajar menimbulkan ide untuk meneliti lebih lanjut mengapa konsumen banyak tertarik untuk belajar pada GANESHA OPERATION serta mengetahui seberapa efektif faktor kualitas produk, *people* dan proses terhadap kepuasan konsumen. maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul : “PENGARUH KUALITAS PRODUK, *PEOPLE* DAN PROSES TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN PADA PENGGUNA JASA BIMBINGAN BELAJAR GANESHA OPERATION KOTA SUNGAI PENUH.”

## 1.2 Rumusan dan Batasan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan konsumen dan berapa besar pengaruh tersebut secara parsial?
2. Apakah terdapat pengaruh *people* terhadap keputusan konsumen dan berapa besar pengaruh tersebut secara parsial?
3. Apakah terdapat pengaruh proses terhadap keputusan konsumen dan berapa besar pengaruh tersebut secara parsial?

4. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk, *people* dan proses terhadap keputusan konsumen dan berapa besar pengaruh tersebut secara simultan?

Agar penelitian ini dapat dilakukan lebih fokus, lancar dan mendalam maka penulis memandang permasalahan penelitian yang di angkat perlu adanya batasan masalah, Ganesha Operation mempunyai beberapa tingkatan kelas dalam proses bimbingan belajar yaitu SD, SMP dan SMA dimana pada penelitian ini dibatasi hanya untuk siswa SMA saja.

### 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan konsumen dan besarnya pengaruh secara parsial.
2. Untuk mengetahui pengaruh *people* terhadap keputusan konsumen dan besarnya pengaruh secara parsial.
3. Untuk mengetahui pengaruh proses terhadap keputusan konsumen dan besarnya pengaruh secara parsial.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, *people* dan proses terhadap keputusan konsumen dan besarnya pengaruh secara simultan.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan akan memberikan beberapa kegunaan atau manfaat, antara lain:

1. Manfaat akademis

Peneliti ini dapat memberi tambahan wawasan serta kajian sebagai sarana penilaian pada pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan para siswa Ganesha Operation sehingga dapat menjadi masukan maupun bahan



pertimbangan untuk menetapkan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran dan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

## 2. Manfaat praktis

### A. Bagi peneliti

Sebagai sarana penerapan teori-teori pemasaran yang Peneliti pelajari ketika perkuliahan dan semakin menambah wawasan pengetahuan peneliti tentang manajemen pemasaran yang terkait dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa.

### B. Bagi pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan masukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkenaan dengan masalah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa bimbingan.

